

Всероссийский конкурс исследовательский (творческих) работ

«Почему в современном мире важно знать культуру своего народа»

**РАЗРАБОТКА БРЕНДОВОГО ПРАЗДНИКА КАК ФАКТОРА
СОХРАНЕНИЯ ЭТНИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ КОРЯКОВ**

Бровенко Мария Витальевна,
Хабаровский государственный институт
культуры, студент 3 курса кафедры
социально-культурной деятельности

Шереметьева Марина Анатольевна, доцент
кафедры социально-культурной деятельности,
Хабаровский государственный институт
культуры

Хабаровск, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.....	5
1. Анализ актуального состояния идентичности молодых коряков.....	5
2. Исследование уровня заинтересованности у молодежи в своей национальной культуре.....	6
3. Мнение представителей старшего поколения корякского народа об актуальном состоянии традиционной корякской культуры и перспективах её развития.....	9
4. Брендový праздник как фактор популяризации традиционной корякской культуры и сохранения этнической идентичности коряков.....	10
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	12
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	14
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	15

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в наше время культура коренных малочисленных народов Севера находится на грани исчезновения. С каждым годом проблема сохранения и развития коренной культуры усугубляется. Уже есть исторические примеры исчезновения целых народов. В России по данным Википедии на сегодняшний день считаются исчезнувшими 18 народов [8]. В качестве такого примера можно привести историю кереков (керéки — один из палеоазиатских народов России). В XX веке они жили в Беринговском районе Чукотского автономного округа. Кереки проживали в нескольких посёлках (Мейныпильгыно, Хатырка, Беринговский) смешанно с чукчами и были ими полностью ассимилированы. Если в 1959 году этот народ насчитывал 53 человека, то в 2002 году уже только 8 человек, а по переписи 2010 года кереками себя записали только 4 человека.

Однако, каждый народ со своей культурой уникален. Традиционная культура – база всего многообразия направлений, видов и форм культуры современного общества. Утрата одного народа, исчезновение одной культуры ведет к культурному обеднению человечества. Сохраняя до наших дней своё основополагающее значение, традиционная культура содержит в себе важнейшие свойства и качества этнического, в которых обретает выражение исторический путь каждого народа. Народ, утративший свою традиционную культуру, свою идентичность теряет свой путь. Эта проблема коснулась и корякской национальной культуры. Она осложняется тем, что носители коренной культуры, знакомые с традиционным образом жизни – это люди преклонного возраста, их остается все меньше. Все меньше становится людей, знающих обычаи, традиции и обряды, которые могут передать эти знания следующему поколению. Это приводит к опасности полного исчезновения корякской культуры.

Цель данного исследования заключается в выявлении актуального состояния этнической идентичности у молодых представителей корякского народа и поиске путей популяризации национальной корякской культуры.

Для реализации названной цели выдвигается комплекс следующих задач исследования:

- Проанализировать актуальное состояние идентичности молодых коряков;
- Исследовать уровень заинтересованности у молодежи в своей национальной культуре;
- Выявить мнение старшего поколения представителей корякского народа об актуальном состоянии традиционной корякской культуры и перспективах её развития;
- Рассмотреть возможность создания брендового праздника как фактора популяризации традиционной корякской культуры и сохранения этнической идентичности.

Для реализации цели и задач исследования в работе использовался комплекс взаимодополняющих методов исследования: изучения и анализ научной литературы, документов, наблюдение, методы обобщения, анализа и систематизации. Для решения задачи выявления актуального состояния идентичности молодых представителей корякского народа применялась методика тестирования, предложенная М. Кун, Т. Макпартленд «Кто Я?» (модификация Т.В. Румянцевой). С точки зрения исследования интереса молодых коряков к родной культуре представляется целесообразным применение метода анкетирования. С целью выяснения мнения старшего поколения представителей корякского народа о состоянии традиционной корякской культуры применялся метод интервьюирования.

Практическая значимость заключается в том, что предлагаются пути развития и популяризации корякской культуры, которые могут быть использованы также с целью сохранения и популяризации других традиционных культур.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Анализ актуального состояния идентичности молодых коряков

Камчатский край входит в состав Дальневосточного федерального округа и занимает полуостров Камчатка с прилегающей к нему материковой частью, а также Командорские и Карагинский острова. На территории края проживает 134 национальности: самым многочисленным в крае является русское население (85,9 %), второе место по численности занимают украинцы (3,9 %), третье – коряки (2,3 %), а также татары, белорусы, ительмены, чукчи, эвены, корейцы и др. [5]. По данным ККНБ им. С. П. Крашенинникова на Камчатке традиционно проживают 6 коренных малочисленных народа Севера, Сибири и Дальнего Востока: коряки, ительмены, камчатские эвены, чукчи, командорские алеуты, камчадалы [6].

Надо отметить, что в последнее время все чаще можно столкнуться с нежеланием представителей этих народов идентифицировать себя со своим народом. Особенно такая тенденция заметна в молодежной среде, что наблюдается и среди коряков. У подростков даже появилась привычка дразнить сверстника, проявляющего в чем-либо недостаточную смышленость или ловкость, коряком, придавая, таким образом, названию национальности негативный смысловой оттенок. Это ярко иллюстрирует слова Л.Н. Гумилева о том, что «в современных условиях культурная идентификация претерпевает большие изменения. Контекст рождения, на протяжении многих веков предопределявший характер и форму культурной идентификации, ныне уже не довлеет над индивидом... выбор культурной идентичности с усилением процессов глобализации становится все более широкой практикой» [3].

С целью выявления актуального состояния этнической идентичности представителей молодежи корякского народа было проведено исследование методом тестирования М. Кун, Т. Макпартленд «Кто Я?» (модификация Т.В. Румянцевой) (приложение 1). Исследование проводилось среди жителей

сельского поселения с. Манилы Корякского округа Пенжинского муниципального района Камчатского края, население которого составляет 695 человек, из которых 360 человек являются представителями корякского народа. К людям молодого возраста можно отнести 82 человека. В тестировании приняли участие 25 человек в возрасте от 14 до 35 лет. Результаты тестирования показали, что 32% респондентов упомянули в ответах национальную культуру. Прямо отметили свою этническую принадлежность (написали «Я коряк/корячка») всего 12% (3 человека), остальные говорили о своей любви и уважении к национальным традициям и обычаям, национальным танцам («Человек, который ценит свои традиции», «Люблю танцевать национальные танцы», «Почитаю обычаи» и т.п.). Все характеристики, связанные с этнической принадлежностью были оценены респондентами положительно. Из тех, кто упомянул в ответах традиционную культуру, 50% указали о национальности и национальной культуре в начале опроса, что говорит о большом значении для них национального критерия, а оставшиеся 50% – в середине или в конце опроса. Таким образом, можно утверждать, что далеко не все молодые коряки идентифицируют себя как представителей своего народа. Причины подобного формирования идентичности видятся в низкой заинтересованности молодежи к своей национальной культуре.

2. Исследование уровня заинтересованности у молодежи в своей национальной культуре

С целью выявления интереса представителей молодежи корякского народа к своей национальной культуре нами было проведено исследование методом анкетирования. В нем приняло участие 33 представителя корякского народа в возрасте от 14 до 35 лет. Респондентам предлагалась анкета с закрытыми и открытыми вопросами (приложение 2).

Анализируя ответы, отметим, что на вопрос: «Интересуетесь ли Вы своей национальной культурой?» 63,6% респондентов ответили,

утвердительно, 18,1% ответили, что скорее интересуются национальной культурой, 15,1% не определились, интересна ли им национальная культура, и 3,2% не интересуются своей культурой (приложение 3). На вопрос «К чему приурочен корякский обрядовый праздник Хололо?» только 24,24% дали верный ответ, что «он приурочен к окончанию летнего промыслового сезона», что дает возможность предположить у молодежи слабое знакомство с традиционными праздниками (приложение 4). С целью выяснения, какие национальные праздники знает корякская молодежь, респондентам было предложено ответить развернуто. Наиболее часто упоминающимися праздниками оказались День оленевода – его упомянули 14 человек, и День первой рыбы (приложение 4) – о нем сказали 13 человек. Редко упоминались такие праздники, как Туйгивин (корякский Новый год), Кильвэй (обрядовое весеннее торжество, праздник оленеводов), Алхалалалай (ительменский обрядовый праздник очищения и благодарения природы за дарованный урожай), Хололо (корякский обрядовый праздник морского зверя нерпы) и День Аборигена (праздник, посвященный Международному дню коренных народов мира). И 30,3% респондентов ответили, что не знают национальных праздников. Таким образом, мы увидели, что молодые люди слабо знакомы с традиционной праздничной культурой, а наиболее популярными праздниками являются День оленевода и День первой рыбы. При этом День оленевода профессиональный, а не национальный праздник.

В процессе анализа ответов на вопрос о соблюдении национальных традиций и обычаев в семье мы увидели, что в 54,55% семей респондентов не соблюдаются национальные традиции и обычаи. Из ответов тех, кто соблюдает национальные традиции и обычаи, самыми популярными стали обряд «Инэлвет» (обряд подношения духу огня), обряд первой рыбы (обряд заманивания рыбы в реки) и похоронные обряды (особый вынос тела из дома, белая похоронная одежда из шкур молодых оленей со сложной вышивкой, забой жертвенных животных, кремация на костре и т.д.).

Также мы выяснили, что большинство респондентов (66,67%) не интересуются национальным творчеством, как и члены их семей. Из видов национального творчества респонденты (33,33%) назвали только изготовление национальной одежды, вышивку из бисера и национальные танцы. Не были упомянуты такие виды национального творчества, как резьба по дереву и кости, плетение, игра на национальных музыкальных инструментах, обрядовые песни и т.п.. Ответы позволяют сделать вывод о низкой заинтересованности молодежи в изучении национального творчества.

На вопрос о национальных спортивных играх коряков 72,73% респондентов сообщили, что знают национальные спортивные игры своего народа. Самый частый ответ – метание чаута (чаут – ременной аркан или лассо, им необходимо поймать оленя), об этой спортивной игре сказали 20 человек. Также упоминались такие игры, как прыжки через нарты (14 ответов), бег с палкой (8 ответов), гонка на собачьих или оленьих упряжках (8 ответов). Менее популярными ответами оказались мас-реслинг или перетягивание палки (7 ответов) и национальная борьба (6 ответов). Никаких национальных спортивных игр не знает 27,27% респондентов. Таким образом, мы отмечаем довольно высокий уровень знания национальных спортивных игр у корякской молодежи. Возможно, это связано с тем, что перечисленные национальные игры входят в состав Северного многоборья, а на Камчатском полуострове ежегодно проходит первенство края по Северному многоборью. Упомянутые гонки на собачьих упряжках проводятся на Камчатке в рамках зимнего фестиваля «Берингия» ежегодно, начиная с 1990 года, с большим размахом. А гонка на собачьих упряжках «Берингия – 2018» включена в Книгу рекордов России как самая протяженная (2100 км) [5].

Проанализировав ответы на вопросы, мы увидели, что молодежь, несомненно, проявляет интерес к своей национальной культуре, но далеко не во всех аспектах. Большинство респондентов не поддерживают обрядовую культуру своего народа. Мы видим, что особой популярностью пользуются

национальные спортивные игры, а традиционная празднично-обрядовая культура и национальное творчество мало интересуют молодежь.

3. Мнение представителей старшего поколения корякского народа об актуальном состоянии традиционной корякской культуры и перспективах её развития

Отчасти, подтверждение своих выводов мы нашли в ходе интервьюирования старейшин корякского народа об актуальном состоянии традиционной корякской культуры и перспективах её развития (приложение 5). Так, потомственный оленевод Николай Николаевич Тыненкетьев считает, что «стремление продвигать культуру, поддерживать заинтересованность в своей культуре отсутствует у молодежи». Он объясняет это тем, что «в 90-е годы резко сократилось количество коряков, которые сегодня могли бы передать своим детям и внукам все тонкости национальной культуры. Нынешняя молодежь не интересуется и не стремится к изучению корякской культуры, поэтому сейчас попросту некому передавать эту культуру». По его мнению «традиционные праздники – это как раз то, что сегодня хоть в какой-то степени осталось и регулярно проводится». В то же время Николай Николаевич сетует на утрату аутентичности праздников, подчеркивая, что «раньше коряк из своей повседневной жизни собирался и шел на праздник... Все знали, какие обряды провести, как их правильно провести, сейчас не знают. Сейчас к праздникам ищут шкуры зверей, ищут настоящие национальные костюмы, а раньше искать ничего не нужно было – это всё было частью жизни, сегодня это просто мероприятие, которое организует администрация». На это же указывает Валентина Николаевна Бровенко, председатель Совета старейшин коренных малочисленных народов Севера с. Манилы, подчеркивая, что «сказывается незнание традиционных обычаев, основ культуры. На любом праздновании коряков – говорит Валентина Николаевна – сначала проводится основная обрядовая часть, а уже потом игры, угощения и так далее. Сейчас на праздниках потанцуют национальные

танцы, приготовят угощения и всё, а ведь нужно обязательно сначала ритуал провести – это основа праздника».

4. Брендный праздник как фактор популяризации традиционной корякской культуры и сохранения этнической идентичности коряков

Опираясь на результаты проведенного исследования, мы считаем, что традиционные обрядовые праздники могут рассматриваться как институт инкультурации и идентификации. Праздники являются важной частью культуры. Конвенция об охране нематериального культурного наследия, принятая 17 октября 2003 года Генеральной конференцией Организации Объединенных Наций, отнесла обычаи, обряды и празднества к нематериальному культурному наследию и указала, что необходимо «более глубокое осознание, особенно среди молодых поколений, важности нематериального культурного наследия и его охраны» [7].

Интересно отметить, что молодые коряки знают ительменский праздник «Алхалалалай», но про свои забывают. Это можно объяснить тем, что его широко празднуют в крае ежегодно. Губернатор Камчатского края Владимир Солодов отмечает, что «Алхалалалай» занимает особое место в культурной жизни полуострова: «Это поддержка и развитие традиций, популяризация обычаев, которые были укоренены среди народов Камчатского края, это наше богатство и опора в дальнейшем развитии» [5]. Похожая ситуация возникает и с национальными спортивными играми. Как уже было сказано выше, молодежь знает только те игры, которые входят в первенство края по Северному многоборью, а упомянутые гонки на собачьих упряжках проводятся на Камчатке в рамках зимнего фестиваля «Берингия» ежегодно, начиная с 1990 года, с большим размахом. Можно предположить, что корякская молодежь в своем большинстве знает только о тех праздничных событиях, которые уже стали визитной карточкой края. Такие национальные культурные программы, как «Ахалалалай», «Северное

многоборье», «Берингия» стали брендовыми мероприятиями Камчатки, они не только помогают сохранить культурные традиции, но и популяризируют их и доносят до представителей других культур. Современные бренды играют значительную роль в региональной культурной политике. Концепция брендинга определенной территории формируется на основе самобытных практик регионов и является базой, создающей один из ресурсов влияния региональной культурной политики на продвижение этнических культур в мире [2]. Таким образом, мы считаем, что необходимо применять технологии брендинга к традиционным корякским праздникам.

Обратим внимание, что не случайно у молодежи оказался самым популярным День оленевода. Хотя официальное положение о праздновании Дня оленевода появилось в сентябре 1959 года [1], однако, корни его уходят в народную культуру. Отметим, что название народа восходит к местному слову «хора», означающему «олень», коряки – «владеющие оленями», «связанные с оленями». В СССР праздник использовался для борьбы с «религиозными пережитками»: государство пыталось заменить традиционный культ оленя культом труда. В современной России происходит «инверсия этой замены»: например, на Таймыре в 1992 году было проведено ритуальное разделывание туши оленя, а на Ямале в 2009 году – жертвоприношение оленя [8]. Можно назвать ещё такие традиционные праздники коряков, связанные с оленями, как «Кильвэй» (Праздник оленеводов), Праздник забоя оленей, «Перегон оленей», Праздник рогов, которые молодежь в своем большинстве не знает и не отмечает. Мы предлагаем разработать брендовый праздник День Оленя, основанный на народных традициях и построенный на использовании обрядов и ритуалов.

Этнокультурный бренд – это трансляция национально-культурных традиций, этнический образ региона. Как отмечает Председатель Совета Ассамблеи народов России – Е. А. Михалева: «Бренд – это в первую очередь идея, которая способна объединить местных жителей и подчеркнуть уникальность их территории» [4].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило увидеть низкую сформированность у молодых коряков этнической идентификации, что связано со слабой заинтересованностью молодежи в своей национальной культуре. Молодежь, несомненно, проявляет интерес к своей национальной культуре, но далеко не во всех аспектах. Мы выяснили, что особой популярностью пользуются национальные спортивные игры, а традиционная обрядовая культура, праздничная культура и национальное творчество в своем большинстве не интересуют молодежь. С этими выводами совпадает и мнение представителей старшего поколения коряков об актуальном состоянии традиционной корякской культуры и перспективах её развития. Старейшины подтверждают мысль о том, что часть молодежи абсолютно не заинтересована своей культурой и отмечают, что современная молодежь мало знакома с традиционными обрядами, которые являются главной частью любого праздника.

Также, мы можем сделать вывод, что корякская молодежь в своем большинстве знает только о тех национальных мероприятиях, которые уже стали визитной карточкой края. Такие национальные культурные события, как «Алхалалалай», «Северное многоборье», «Берингия» стали брендовыми мероприятиями Камчатки, они не только помогают сохранить культурные традиции, но и популяризируют их и доносят до представителей других культур. Считая праздник важной составляющей традиционной культуры, способной объединять людей, и отмечая популярность у молодежи брендовых мероприятий, мы предлагаем решать современную проблему этнической идентификации современными методами: предлагаем применять технологии брендинга к традиционным корякским праздникам.

Таким образом, можно утверждать, что задачи исследования выполнены и цель достигнута. Наше предложение заключается в разработке массового праздника, посвященного оленю, построенного с опорой на

старинные обряды и ритуалы, что поможет разбудить интерес к своим традиционным праздникам и национальной культуре у молодежи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Архипова А. Мифологические модели и ритуальное поведение в советском и постсоветском пространстве: сб. статей. М. : РГГУ, 2013. – 427 с.
2. Горлова И. И., Бычкова О. И., Костина Н. А. Этнокультурный брендинг территории как ресурс влияния региональной культурной политики // Культурное наследие России. 2018. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnokulturnyy-brening-territorii-kak-resurs-vliyaniya-regionalnoy-kulturnoy-politiki>
3. Гумилев Л. Н. География этноса в исторический период. — Л.: Наука, 1990. – 263 с.
4. Михалева Е. А. Брендирование как инструмент развития территорий. Этнобрендирование [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/video-184513442_456239146?list=1a2c6054beee3ccc8c
5. Официальный сайт исполнительных органов государственной власти Камчатского края [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kamgov.ru/overview>
6. Официальный сайт Камчатской краевой научной библиотеке им. С. П. Крашенинникова [Электронный ресурс]. URL: <https://kamlib.ru/ethnography/territoriya-kamchatka/korennye-malochislennye-narody-kamchatki/>
7. Официальный сайт Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv.shtml
8. Сайт свободной энциклопедии «Википедия» [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Заглавная_страница

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Тест «Кто Я?» (М. Кун, Т. Макпартленд; модификация Т.В. Румянцевой)

Инструкция. В течение 12 минут Вам необходимо дать как можно больше ответов на один вопрос, относящийся к Вам самим: «Кто Я?». Постарайтесь дать как можно больше ответов. Каждый новый ответ начинайте с новой строки. Вы можете отвечать так, как Вам хочется, фиксировать все ответы, которые приходят в голову, поскольку в этом задании нет правильных или неправильных ответов.

БЛАНК ОТВЕТОВ

Пол _____ Возраст _____

ВОПРОС: КТО Я?

1. Я _____

2. Я _____

3. Я _____

4. Я _____

5. Я _____

6. Я _____

7. Я _____

8. Я _____

9. Я _____

10. Я _____

11. Я _____

12. Я _____

13. Я _____

14. Я _____

15. Я _____

Спасибо за участие!

Анкета для молодых представителей корякского народа

Уважаемые респонденты, данное анкетирование проводится с целью исследования уровня заинтересованности у молодежи в своей национальной культуре. Полученные от Вас в ходе анкетирования данные являются строго конфиденциальными и будут использованы в обобщенном виде. Вам будет предложено несколько вопросов, из которых нужно выбрать один вариант ответа, наиболее соответствующий Вам и Вашему мнению. Если в вопросе нет вариантов ответа, он предполагает развернутый ответ. Пожалуйста, напишите свой ответ в отведенном для этого месте.

1. Сколько Вам лет?
 - a) 14-20
 - b) 21-25
 - c) 26-35
2. Ваш пол
 - a) Мужской
 - b) Женский
3. Интересуетесь ли Вы своей национальной культурой?
 - a) Да, интересуюсь
 - b) Скорее интересуюсь
 - c) Скорее не интересуюсь
 - d) Нет, не интересуюсь
 - e) Не знаю
4. К чему приурочен корякский обрядовый праздник «Хололо»?
 - a) Он приурочен к Новому году
 - b) Он приурочен к окончанию летнего промыслового сезона
 - c) Этот праздник – благодарность природе за её дары
 - d) Это праздник осени и очищения от злых духов
5. Какие другие национальные праздники Вы знаете?

6. Соблюдаются ли в Вашей семье национальные традиции и обычаи? Если да, то какие?

7. Члены Вашей семьи занимаются национальным творчеством? Если да, то каким?

8. Какие национальные спортивные игры коряков Вы знаете?

Спасибо за участие!

Обрядовый праздник «Приход первой рыбы», с. Манилы, 2019 г., фотографии из личного архива

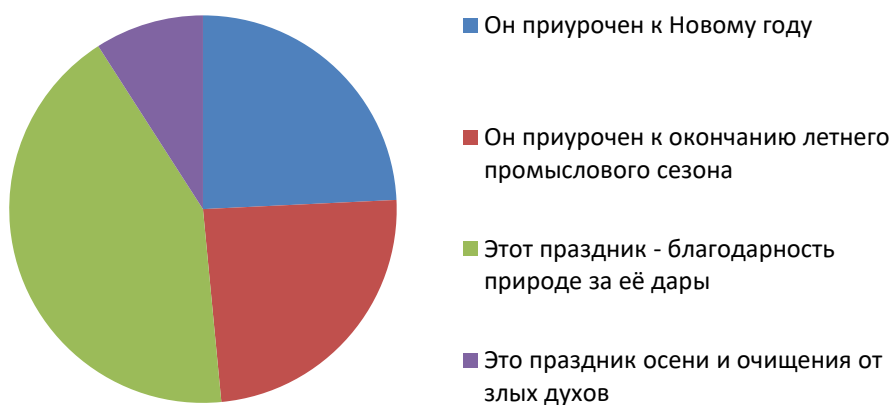


Результаты анкетирования (приложение 2)

Интересуетесь ли Вы своей национальной культурой?



К чему приурочен корякский обрядовый праздник «Хололо»?



Фотографии из личного архива Тынентекьев Н.Н. (на первом фото Совхоз «Манильский», Тынентекьев Н.Н. крайний слева)



Фотографии из личного архива Бровенко В.Н. (на первом фото Бровенко В.Н. крайняя слева, с.Манилы, 1980 г.)

